

unità tematica	n°	Modulo / topic	SOTTO TOPIC	MICRO TOPIC	Date webinar o pubblicazione	orario
La presenza online e web helpfulness: introduzione e strategia	1	L'importanza di rimanere competitivi in digitale: risorse per l' assessment e delle web properties e delle web skills		Perchè il digitale è indispensabile per una PMI e strumenti gratuiti, per imparare e fare analisi degli asset e della strategia digitale della propria azienda Strumenti formativi per far crescere le competenze nelle PMI Strumenti di analisi specifici per piccole imprese (Google Ads, Bing Ads, etc.) Strumenti per verificare l'efficacia del proprio presidio digitale: uno strumento specifico Grow My Store Strumenti di test per la versione Mobile del sito web per chi ha già un presidio digitale Strumenti di test per il caricamento delle pagine per chi ha già un presidio digitale Strumenti per l' Export: espandersi in nuovi mercati tramite strumenti digitali (e.g. Google Market Finder)	5 dicembre 2022	webinar 09.00 - 13.45
	2	Presidiare il mercato online e offline: una panoramica degli strumenti web e delle strategie da offline a online e viceversa	Presenza online e presidio dei canali web: una panoramica su cosa può offrire il web Da offline a online e viceversa	Quali sono i canali web fondamentali (panoramica) Come strutturare un piano di presenza online, obiettivi, target e strumenti (intesi come una panoramica delle web source per il marketing) Focus su funnel multichannel/omnichannel Cenni di SEO / Cenni Analytics (come si innestano sugli asset digitali) Importanza di tenere insieme strategie e presenza online e offline Strategie ROPO e Drive to Focus su influencer marketing (cos'è e non solo i grandi influencer, Media partnership Digital PR (cosa vuol dire e come attuarlo)	15 dicembre 2022	webinar 09.00 - 13.45
La presenza online e web helpfulness: introduzione e strategia	3	Il Sito web fondamentali per la creazione di un sito	Il sito unito a successivo come topic	Perché, oggi più che mai, diviene sempre più urgente e strategico predisporre e/o ottimizzare il proprio presidio digitale Strumenti per creare da zero il proprio sito web Focus su uno strumento particolare: G Business Focus su piattaforme che offrono tale opportunità (Wix®, Register.it, Italiaonline, etc.)	16 gennaio 2023	autoformazione
			Landing page	Importanza e come inserirle in una strategia Come progettartela, cosa deve contenere, rispondenza a obiettivi Esempi per obiettivi	19 gennaio 2023	webinar da definire
	4	La SEO, fondamentali, aggiornamenti e novità (tech e content)	Generale e tech	Perché è fondamentale occuparsi di SEO sin dalle primissime fasi di progettazione del proprio sito web Fondamenti di SEO e modifiche più recenti legate a performance e usabilità Quali azioni prioritizzare su una timeline ideale	2 febbraio 2023	webinar da definire
			Content	Contesto e intro: l'importanza del contenuto online e la sua stretta correlazione con la visibilità della nostra attività Strategie e strumenti per azioni di SEO e Content Marketing efficaci. Concept ideas, formati, schedule e target per piani editoriali orientati ad obiettivi specifici: awareness, fidelizzazione, promozione e vendita dei propri servizi e prodotti presso un'audience target (anche) local Strategie e Action specifiche per la SEO local		
	5	Social principali e altri social (facebook, instagram, twitter, linkedin, tiktok)	Intro ai social	Contesto e intro: perché per una PMI è importante conoscere, presidiare e governare i social network Quali piattaforme social per le PMI. Differenze e opportunità a seconda della tipologia di settore e industry	16 febbraio 2023	autoformazione
			Facebook	Pagina aziendale (anche locale) setting e opportunità Setting e best practices per la gestione di una pagina di una PMI, come sfruttare le caratteristiche della piattaforma e le opportunità offerte da strategie e azioni unpaid (strategie e format)		
Instagram			Setting di un profilo business e gestione di un profilo di una PMI. Come sfruttare Instagram a seconda della industry e le opportunità offerte da una consistente strategia unpaid (strategie e format)	27 febbraio 2023	autoformazione	
Altri Social			TikTok: profilo e format per le PMI Twitter : strategie - profilo e format per le PMI Linkedin: strategie - profilo e format per le PMI YouTube: strategie e format per le PMI & YT Video Builder podcast: il valore e il formato			
6	Strumenti per gestire gli utenti: CRM, Messaging, Mailing		Direct Marketing : cos'è e come utilizzarlo al meglio dalle e mail, agli sms, alle app di messaggistica CRM e ERP Lead generation cos'è e strategie (incluso i lead magnet) Quali strumenti e modalità Mailchimp, Sendinblue, Microsoft Dynamics 365) WhatsApp business l'applicazione gratuita diretta alle piccole e medie imprese, pensata per facilitare la comunicazione dei brand con i clienti e amministrare i loro ordini Come funziona e in che modo Messenger può aiutare le PMI	27 febbraio 2023	webinar da definire	

unità tematica	n°	Modulo / topic	SOTTO TOPIC	MICRO TOPIC	Date webinar o pubblicazione	orario			
Web Asset	7	ADS e sponsorizzazioni: concetti base, strumenti principali	Sponsorizzazioni e Adv: a cosa servono e gli strumenti di ricerca per aiutare l'impresa ad espandersi in maniera localizzata	Intro strategica: il ruolo del Paid Advertising a supporto della crescita delle PMI	da definire	autoformazione			
				Peculiarità di geo targeting e profiling avanzate offerte dalla Search Focus su Google Ads Search e Bing Ads					
			Sponsorizzazioni e Adv: trovare utenti in modo localizzato con funzioni avanzate di geo-targeting	Peculiarità di geo targeting e profiling avanzate offerte da Google Ads, Display Network e YouTube	da definire	webinar	da definire		
				Sponsorizzazioni e Adv sui Social: scegliere strumenti e strategie e imparare a usare i social minori	Intro strategica sul perché, sul come e quando avviare e massimizzare azioni di Paid Advertising per una PMI sui Social Network Focus su tutte le piattaforme social "minori" - adatte alle PMI - che oggi offrono opportunità di azioni paid geolocalizzate e di profiling dell'audience (Twitter, LinkedIn, TikTok, Spotify, etc.)	da definire	webinar	da definire	
			Sponsorizzazioni e Adv sui Social: strategie, strumenti, profilazione e geo-targeting della Facebook e Instagram Ads Platform	Facebook e Instagram Ads Platform: strategie di geo targeting e profilazione, strumenti, tipologie di campagne, formati e strategie di offerta	da definire	webinar	da definire		
	8	Vendere online: fondamenti di E-commerce proprio, piattaforme di terze parti, social commerce	Vendere online: avviare, consolidare e rinnovare una strategia di e-commerce da zero	Contesto e intro strategica: come si evolvono le abitudini di acquisto degli utenti. Quale ruolo giocano l'online e l'e-commerce in un contesto di opportunità accelerate dal Covid	da definire	autoformazione			
				Come avviare o ottimizzare una strategia di e-commerce partendo dalla scelta della piattaforma (sistemi open source - piattaforme in affitto - sito web proprietario - market place verticali - orizzontali , etc.)					
				Capire cosa serve per vendere online: - organizzazione del catalogo - il pagamento (paypal e altri) - sistemi di delivery - customer care etc.					
				Regole base e funzionamento dei principali strumenti per costruire un e-commerce: (Shopify, Magento Commerce, Wo Commerce, etc.)					
			Vendere online grazie a Market Place e oltre (strategie e strumenti per la vendita online tramite piattaforme di terze parti)	Contesto e intro strategica: perché e quando considerare di utilizzare anche le piattaforme di Market Place per vendere i propri prodotti	da definire	autoformazione			
Panoramica su alcuni dei più noti Market Place su cui una PMI può veicolare, promuovere e vendere i propri prodotti									
Focus su opportunità e dinamiche di funzionamento offerte dalla piattaforma Google Shopping									
Focus su piattaforme generaliste: opportunità e dinamiche di funzionamento offerte dalle piattaforme (Amazon vendor e seller, E-Bay, Alibaba, etc.)									
Focus su piattaforme per l'artigianato (Etsy, Westwings, etc.)									
Focus su "nuove" forme di consegna a domicilio e/o apertura a nuove tipologie di prodotto (www.iorestoacasa.delivery, Wetaxi Delivery, Glovo, etc.)									
Social commerce: come vendere su FB e IG tramite catalogo e Instagram Shopping									
9	La compliance: cybersecurity, sicurezza aziendale e dei clienti partendo dalle normative		Quali sono le regole da rispettare formalmente se si va sul web e perché farlo sia per gli utenti che per se stessi; con un quadro delle normative italiane ed europee e se utile spunti su norme fuori UE.	da definire	webinar	da definire			
			Il tema della Cybersecurity come occuparsene, e a cosa fare attenzione						
			La privacy e il trattamento dei dati						
			La normativa sui cookie, cookies law e cookiegaddon , prospettive di cambiamento del web						
			I diritti intellettuali e di uso delle immagini e dei testi cosa possiamo usare e come e dove reperire risorse utili						
			Altri aspetti di compliance normativa						
Strumenti e risorse dal web: lubenda e "Marketing Privacy Planner"									
10	I dati per il web: fondamenti, strumenti di analisi e restituzione	in fase di definizione	in fase di definizione	da definire	webinar	da definire			
			11	Cashless, E-payment : Sistemi digitali di pagamento per il business online e offline		cosa vuol dire gestire i soldi in maniera dematerializzata e perché è importante	da definire	webinar	da definire
						e-payment e le nuove forme di pagamento digitale contactless e cashless.			
						come usarli online e come usarli nelle transazioni in negozio			
						Le piattaforme principali Paypal, satyspay e altri			
Tecnologie, strumenti e devices: google Pay , apple Pay, Amazon pay e altri									
I sistemi di pagamenti rateizzati come soluzione anche alla crisi (e.g. Scalapay- Klarna)									

unità tematica	n°	Modulo / topic	SOTTO TOPIC	MICRO TOPIC	Date webinar o pubblicazione	webinar	orario
Digitale extra web e trasversali	12	Strumenti per l'organizzazione del lavoro da remoto		in fase di definizione	da definire	webinar	da definire
	13	Strumenti del Cloud per le imprese		in fase di definizione	da definire	webinar	da definire
	14	Project management per la trasformazione digitale (lean e agile) e la Business intelligence		Contesto e ragioni delle metodologie più diffuse di project management	da definire	autoformazione	da definire
				Caratteristiche e vantaggi del Lean Management			
				Caratteristiche e vantaggi della metodologia Agile: accenno a termini e concetti principali e ai framework principali (scrum e suo funzionamento macro)			
				Strumenti di project management			
	15	Credibilità, due facce di una stessa medaglia: come rendersi credibili agli utenti e come fidarsi di quello che si trova online		Perché oggi la reputazione online è fondamentale sia per chi compra che per chi ha un business	da definire	webinar	da definire
				Le buone pratiche per riscontrare l'affidabilità di quello che si trova online			
				Perché e come utilizzare piattaforme di recensione e directory (trustpilot, tripadvisor e altre)			
				Google trends e altri strumenti di listening e corporate reputation			
	16	Paradigma "Industria 5.0": la Sostenibilità insieme alle tecnologie digitali e web		Content plan e il piano blogging per accrescere scere la credibilità	da definire	webinar	da definire
				Intro su tema (sostenibilità- circular economy...)			
				Industria 5.0 definizione e innovazione del concetto			
				Sostenibilità e risparmio energetico: come ci aiuta il digitale e gli strumenti del web e come risparmiare quando si usa il digitale			
				Sostenibilità come contenuto (come comunicare le scelte sostenibili)			
				Sostenibilità reale VS green washing (rischi e cose a cui fare attenzione)			
Casi ed esempi							

IL DIRIGENTE DELL'AREA AMMINISTRATIVA
(dr Massimo Ziletti)